

Inhalt

1. Art des Konzepts / Erforderlichkeit	2
2. Beschreibung des Social Media-Angebots.....	2
3. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle und technische Betreuung.....	3
4. Alternative Kontaktmöglichkeiten.....	3
5. Selbstverpflichtung.....	4

Dieses Konzept orientiert sich an den Richtlinien des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz (Stand: 30.04.2020):

https://www.datenschutz.rlp.de/fileadmin/lfdi/Dokumente/Hinweise_zum_SM-Konzept.pdf

1. Art des Konzepts / Erforderlichkeit

Mit der Präsenz des Landesamts für Steuern (LfSt) in sozialen Netzwerken soll die Reichweite und die Sichtbarkeit vergrößert werden. Insbesondere die Zielgruppe der 16-bis 27-Jährigen nutzt soziale Medien zur Informationsbeschaffung und zur Meinungsbildung. Das LfSt erhält zudem durch die Vernetzung mit anderen relevanten Akteurinnen und Akteuren stets aktuelle Informationen über jugendpolitische oder wissenschaftliche Entwicklungen. Die Social-Media-Strategie des LfSt verfolgt folgende Ziele:

- Menschen erreichen, die durch klassische Kanäle wie Presse-Printerzeugnisse, Website, Mailinglisten, Newsletter, Hörfunk/TV o.ä. nicht mehr erreicht werden.
- Leicht beziehbare und mit geringem Aufwand verbundene Inhalte für jüngere Altersgruppen generieren.
- Schnelle Reaktion und Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzern.
- Zusätzliche Informationsquelle für Interessierte, Journalistinnen und Journalisten o.Ä..
- Schnelle Vermittlung von Inhalten an eine breite Öffentlichkeit.

Die Verbreitung von Veranstaltungshinweisen und anderen relevanten Inhalten über Social-Media-Kanäle hilft somit, dem gesetzlichen Auftrag der Sensibilisierung im Sinne einer jugendgerechteren Gesellschaft nachzukommen.

2. Beschreibung des Social Media-Angebots

Das LfSt ist in drei sozialen Mediennetzwerken präsent: Facebook, Instagram und Twitter. Alle drei Anbieter weisen eine hohe Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern aller Altersgruppen auf und werden von privaten und öffentlichen Stellen benutzt. Die Social-Media-Präsenz des LfSt ist ergänzend zu den Angeboten der Webseite zu betrachten.

Twitter: Der Twitter-Account des LfSt dient in erster Linie der schnellen Verbreitung von fachlichen Neuigkeiten (Tweets und Retweets) an die breite Öffentlichkeit und Fachpublikum, wie z.B. Steuerberater. Die eigene Nachricht soll in möglichst kurzer Zeit von möglichst vielen Menschen gelesen werden. Kurznachrichten können z.B. auf Veröffentlichungen neuer Pressemeldungen hinweisen. Twitter kann dazu genutzt werden, anderen Institutionen und Fachpublikum (z.B. Steuerberater) zu folgen und so ungefiltert und schnell Neuigkeiten zu erhalten.

Facebook: Die Facebook-Präsenz des LfSt ist ein weiterer Pfeiler der Öffentlichkeitsarbeit und stellt im Wesentlichen Informationen zur Ausbildung und Nachwuchsrekrutierung, z. B. allgemeine Informationen zu Veranstaltungen, Projekten, Veröffentlichungen usw. aus dem Bereich der Ausbildung zur Verfügung. Insbesondere die schnelle und übersichtliche Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzern sind für die Arbeit des LfSt von Bedeutung. So können registrierte Nutzer zu den geposteten Beiträgen sowohl mit dem LfSt als auch untereinander in Dialog treten. Im Gegensatz zu Twitter können Einträge auf Facebook etwas ausführlicher aufbereitet werden und es wird üblicherweise mehr mit Bildern gearbeitet. Interessant ist Facebook für das LfSt auch zur Bekanntmachung eigener Veranstaltungen, z. B. Berufsinformationsveranstaltungen, Jobbörsen etc. und als Plattform für interessierte Jugendliche. Inhalte können öffentlich gepostet werden, so dass sie auch von nicht bei Facebook Registrierten eingesehen werden können.

Instagram: Die Präsenz des LfSt auf Instagram wurde eingerichtet, um der Finanzverwaltung ein sympathisches und modernes Image zu geben und der wachsenden Zahl junger Nutzerinnen und Nutzer auf dieser Plattform die Ausbildungsangebote der Steuerverwaltung Rheinland-Pfalz unkompliziert und mit geringem Aufwand näherbringen zu können. Mittels passender Bilder kann hier ein guter Einstieg in komplexe Thematiken gefunden werden und mit der Zielgruppe sofort interagiert werden. Hier werden Beiträge daher in jugendgerechter Sprache gepostet.

Sowohl die auf Facebook und Instagram als auch auf Twitter veröffentlichten Inhalte sind für Nutzerinnen und Nutzer ohne eigenen Account sichtbar. Die datenschutzrechtlichen Hinweise werden auf allen Plattformen sichtbar gemacht.

3. Verantwortlichkeiten für die redaktionelle und technische Betreuung

Die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung der Social-Media-Kanäle „Facebook“ und „Instagram“ liegt beim Ausbildungsreferat (Ausbildung@lfst.fin-rlp.de, Ausbildung-Edenkoben@lfst.fin-rlp.de); die Verantwortlichkeit für die redaktionelle Betreuung des Social-Media-Kanals „Twitter“ bei der Pressestelle (Pressestelle@lfst.fin-rlp.de)

4. Alternative Kontaktmöglichkeiten

Wir weisen die Nutzer darauf hin, dass die Social Media-Kanäle lediglich weitere von verschiedenen Optionen darstellt, um mit dem LfSt in Kontakt zu treten oder Informationen zu erhalten. Alternativ

können die über diese Seite angebotenen Informationen bspw. auch auf unserem Internet-Angebot unter <https://www.lfst-rlp.de/jobs-karriere> abgerufen werden.

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Mit allen Anfragen können Sie sich grundsätzlich an unseren zentralen Posteingang Poststelle.lfst@fin-rlp.de-mail.de wenden. Bei telefonischen Anfragen an die 0261 / 4932-0 (Die Telefonzentrale ist montags bis donnerstags in der Zeit von 8:30 bis 16:00 Uhr und freitags in der Zeit von 8:30 bis 13:00 Uhr besetzt).

Anschrift:

Landesamt für Steuern

Ferdinand-Sauerbruch-Str. 17

56073 Koblenz

5. Selbstverpflichtung

Dieses Konzept wird einmal im Jahr von uns hinsichtlich des Ob und Wie der Nutzung evaluiert. Die Nutzer seitens des LfSt werden von uns regelmäßig hinsichtlich der Risiken für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung sensibilisiert.